

**КУЗЬМЕНКО Л.В.**, к.т.н., доц., м. Харків, НТУ «ХПІ»,  
**ШАПРАН О.Є.**, к.е.н., доц., м. Харків, НТУ «ХПІ»

### **ЗАВДАННЯ СОЦІАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

Як відомо, в ринкових умовах будь-яка організація, в тому числі наша держава, є відкритою системою. Її існування тісно пов'язано з впливом економік країн-лідерів та транснаціональних корпорацій, а тривалість життєвого циклу та фази його розвитку залежать від конкурентоспроможності її економіки.

З моменту проголошення незалежності України пройшло близько четверті століття, виросло нове покоління, а становлення, розвиток економіки, процес входження в ЄС залишаються проблематичними. З плином часу зростає ймовірність залишитися на обочині розвитку цивілізації.

Два роки тому народ виразив протест проти такого розвитку подій. Завдяки героїчним зусиллям та самопожертві патріотів були створені передумови «жити по-новому»: проведені нові вибори президента, парламенту, створені коаліційна угода та новий уряд, затверджена програма його діяльності. Ще більший героїзм та самопожертвування проявили кращі сини України при захисті її незалежності від агресії Росії.

Не зважаючи на вказані обставини, темпи перетворень в країні вкрай незадовільні, не відповідають викликам зовнішнього середовища, зводять нанівець всі зусилля народу в прагненні до побудови кращого життя.

В чому ж причина такого протиріччя? На перший погляд – це розбіжності між коаліційною угодою та програмою діяльності новоствореного в кінці 2014 року кабінету міністрів України (КМУ) [1].

Але Постановою Верховної Ради України №26-VIII від 11.12.2015, була схвалена Програма діяльності КМУ, розпорядженням КМУ №213-р від 04.03.2015 було затверджено план заходів з виконання Програми діяльності КМУ та Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020» у 2015 році. Цей план містить 11 розділів, що охоплюють всі сторони та сфери діяльності КМУ згідно Програми. В нього включено 368 завдань, вказано їх зміст (перелік заходів), строки виконання (протягом 2015 року) та відповідальні за виконання міністерства й відомства.

На сьогодні невідомі істинні результати виконання плану реформ. Немає усного або письмового звіту кабміну, його аналізу та відповідних постанов з боку Верховної Ради. Але кожен громадянин на собі відчуває соціальну незахищеність та падіння рівня життя. Очевидно, що темпи та результати проведення реформ не відповідають очікуванням переважної більшості населення, не визивають задоволення від росту інфляції, безробіття та зубожіння.

Аналіз вказаної ситуації потребує відповіді на такі питання:

- В якій мірі план заходів відповідає стратегії сталого розвитку України, що в ньому є істинним та що віртуальним.
- Наскільки програма реформ знаходить розуміння та підтримку в суспільстві.
- Які заходи та в якій сфері діяльності в найбільшій (найменшій) мірі відповідають очікуванням суспільства.

Таким чином, відсутність зворотного зв'язку між задекларованими реформами та результатами їх втілення, недостатній зв'язок між суспільством та владою в питанні реалізації реформ, на нашу думку, є однією з основних причин гальмування стратегічного розвитку України. Вирішенню цих протиріч повинен служити соціальний маркетинг як на стадії розробки програми стратегічного розвитку України, так і в процесі моніторингу її реалізації.

**Список літератури:** 1. Частина реформ під які створювалася коаліція у програму Уряду не потрапила. С. Ревтюк, Л. Шевченко, І. Сікора, ГО Фондація "Відкрите суспільство". Публікація від 11.12.2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://texty.org.ua/pg/news/editorial/read/57263/Chastyna\\_reform\\_pid\\_jaki\\_stvoruvalasa\\_koalicija\\_u](http://texty.org.ua/pg/news/editorial/read/57263/Chastyna_reform_pid_jaki_stvoruvalasa_koalicija_u)